

**ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN SELEBRITI
SEBAGAI BINTANG IKLAN TELEVISI TERHADAP
CITRA MEREK PRODUK JAMU TOLAK ANGIN
SIDOMUNCUL DI SURABAYA**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

DIAJUKAN OLEH

**KUN MARIFATIN
NO. POKOK : 040037011**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2004**

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN SELEBRITI SEBAGAI BINTANG IKLAN TELEVISI TERHADAP CITRA MEREK PRODUK JAMU TOLAK ANGIN SIDOMUNCUL DI SURABAYA

DIAJUKAN OLEH:
KUN MARIFATIN
No. Pokok : 040037011

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Drs. SRI GUNAWAN, M.Com., DBA,

TANGGAL 1 - 11 - 2004

KETUA PROGRAM STUDI,



Prof. Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, SE.

TANGGAL 3 - 11 - 2004

Surabaya,.....24 Maret 2004.....

Skripsi telah selesai dan siap untuk dinji

Dosen Pembimbing



ABSTRAKSI

Persaingan industri jamu di Indonesia saat ini kian tajam. PT. SidoMuncul saat ini tercatat sebagai salah satu *market leader* dalam industri jamu, berupaya untuk menjaga pangsa pasar yang telah diraihny dengan cara melakukan promosi besar-besaran, dengan menggunakan selebritis terkenal sebagai bintang iklan. Menurut Kamins et. al., (1989) sebagai endoser selebritis juga dapat membentuk sebuah sikap positif terhadap merek dan selebritis dapat menjadikan sebuah iklan menjadi lebih terpercaya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan selebriti sebagai bintang iklan televisi terhadap Citra Merek produk jamu Tolak Angin SidoMuncul di Surabaya. Penelitian dilakukan terhadap 200 orang responden yang pernah menyaksikan iklan Jamu Tolak Angin SidoMuncul yang dibintangi oleh Setiawan Djody dan Sophia Latjuba, yang ditayangkan selama bulan Agustus – Oktober 2003.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini mengadaptasi konsep dari Shimp (2000:338) yaitu Kredibilitas Selebriti, Daya Tarik Selebriti, Kesesuaian Selebriti dengan Merek, Dampak Kepopuleran Selebriti. Variabel dependennya adalah Citra Merek jamu Tolak Angin SidoMuncul. Teknik pengambilan sample dilakukan dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling* dan *Accidental Sampling*.

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh simpulan bahwa variabel Kredibilitas Selebriti, Daya Tarik selebriti, Kesesuaian Selebriti dengan Merek, Faktor-Faktor Petimbangan Lainnya, secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap Citra Merek, tetapi untuk variabel Dampak Kepopuleran Selebriti secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Citra Merek.